

**Шубин А.А.**

## **ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ХИМИЧЕСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА**

Обеспечение развития предприятий в современных условиях хозяйствования на долгосрочную перспективу является тождественным выбору маркетинговых стратегий, лежащих в основе деятельности. Данный аспект является проблемой трансформации экономики Украины в целом. В зависимости от решения этой проблемы находится преодоление кризисных явлений в химической промышленности.

Однако проблемой предприятий является не только выбор маркетинговой стратегии развития, но и готовность реализовать эту стратегию. Использование концепции маркетинга, как основы для формирования стратегии предлагает 2 аспекта:

1. концепция ориентации деятельности предприятия на потребителя;
2. общая функция управления.

Степень использования маркетинга на промышленных предприятиях различна и определяет готовность предприятия к реализации маркетинговой стратегии. Данное разнообразие позволяет выделить 3 уровня использования данной концепции (рис.1).

Третий уровень предполагает, что деятельность предприятия в целом ориентирована на маркетинг как концепцию управления, что способствует не только созданию многовекторной службы маркетинга, но и изменение всей философии управления предприятием.

Второй уровень предполагает, что в деятельности предприятия используются отдельные комплексы маркетинга, включающие производство и продвижение продукции на основе спроса и прогнозирования конъюнктуры рынка.

Первый уровень характеризуется тем, что предприятие в своей деятельности использует только отдельные элементы маркетинга. Чаще всего это реклама, ценообразование и сбыт.

В Украине применение маркетинга как концепции рыночного управления присуще только отдельным предприятиям АО «Стирол», ООО «ХИМЭКС ЛТД», «Донецкий завод химических реактивов». Более характерным в существующих условиях является использование первого и второго уровня. Для перехода к третьему уровню использования маркетинга необходимо создание системы управления химической промышленностью на основе маркетинга (СУХПМ). Необходимость создания этой системы предопределена тем, что химические предприятия не имеют стратегии развития, программ повышения качества продукции эффективного маркетинга, имеют сложности с поиском выгодных партнеров, а также практически на всех предприятиях химической отрасли нет экологических программ. Также немаловажной предпосылкой создания системы является то, что в результате приватизации и акционирования произошло нарушение сложившихся технологических цепочек, а частные интересы отдельных производителей противоречат не только интересам регионов и страны, но и принципам экологической безопасности. Это способствует усложнению взаимоотношений между предприятиями отрасли, а также между предприятиями и местными органами власти, что в свою очередь находит свое отражение в трудностях в развитии отрасли в целом и росте техногенной опасности в отдельных регионах.

Создание СУХПМ обусловлено необходимостью разработки и реализации системы антикризисных мер координации работы предприятий, связанных единством воспроизводственного процесса и имеющих общие интересы по отношению к производству и реализации продукции.

Целями создания СУХПМ являются:

- технологическая и экономическая интеграция предприятий химической промышленности в рамках регионов или подотраслей с целью выхода из кризиса;
- повышение эффективности производства;
- снижение издержек и повышение конкурентоспособности продукции, реализуемой на внутреннем и внешнем рынке;
- объединение производственных, инвестиционных и других ресурсов для роста объемов выпускаемой продукции;
- расширение рынка сбыта готовой продукции посредством усовершенствования продукции удешевления процесса товародвижения, активизация материально-технического снабжения, а также регулирование и оптимизация финансовых платежей с целью их ускорения;
- проведение реструктурирования с целью диверсификации реструктуризации нерентабельных предприятий и создание новых рабочих мест;
- направление финансовых потоков для развития ресурсной базы и производственной инфраструктуры как на основе инвестиций, так и непосредственных капиталовложений;
- комплексное и системное финансирование научно-исследовательских работ, производственных экономических и маркетинговых программ, согласованных с целями химических предприятий;
- предоставление финансовой и консалтинговой помощи отдельным предприятиям с целью их реструктуризации и создания условий для последующего эффективного развития, с учетом того, что данные процессы будут отвечать интересам всей созданной системы.

Создание данной системы призвано помочь объединению и оптимизации использования финансовых средств, что в свою очередь должно привести к максимально возможной загрузке производственных мощностей, экономии и более полной отдаче используемых ресурсов и оборотных средств. Кроме того, важным аспектом создания

системы является формирование единого информационного и маркетингового поля в рамках региона или подотрасли, согласование механизмов и инструментов, обеспечивающих развитие и создание благоприятного климата для функционирования химической промышленности. Для химических предприятий, входящих в эту систему, станет возможным квалифицированно формировать собственные производственные, маркетинговые и интеграционные стратегии, а также развивать и совершенствовать организационную структуру, с целью формирования дистрибьюторских сетей, эффективного использования инструментов маркетинга.

Для достижения целей, по отношению к предприятиям химической отрасли система должна решить следующие задачи:

- согласование требований кредиторов к предприятиям-должникам;
- совершенствование интеграционных связей и сокращения звенности товародвижения при поставках сырья, материалов, комплектующих, а так же при реализации продукции;
- помощь в привлечении финансовых средств для поддержки производственной и финансовой деятельности предприятий должников;
- проведение тендеров на поставку сырья и материалов; предоставление при необходимости консалтинговых, маркетинговых и прочих услуг;
- совершенствование организационной структуры и оптимизация управленческих процессов на предприятиях химической отрасли.

Создание данной системы является важным для региона, так как она призвана сформировать соответствующую микроструктуру и создать благоприятные условия для развития предпринимательства. Сама идея создания системы возникла в следствии того, что в условиях трансформации экономики необходимо формирование такого комплекса отраслевых отношений, который был бы способен объединить как интересы отдельных предприятий, так и региона в целом. Система не подменяет хозяйствующие субъекты и соответственно не конкурирует в сферах снабжения и сбыта, а является координатором. Данная система мобилизует и усиливает внутренний потенциал предприятия, используя рычаги административной власти.

Система инициирует развитие химической отрасли региона, что в свою очередь вызывает развитие смежных отраслей: автотранспортной отрасли, машиностроительной, горнодобывающей и других отраслей, а также способствует разработке и реализации комплексной научно-технической и экологической политики, формирует межотраслевые и межпроизводственные связи по различным направлениям и развивает торгово-коммерческие операции.

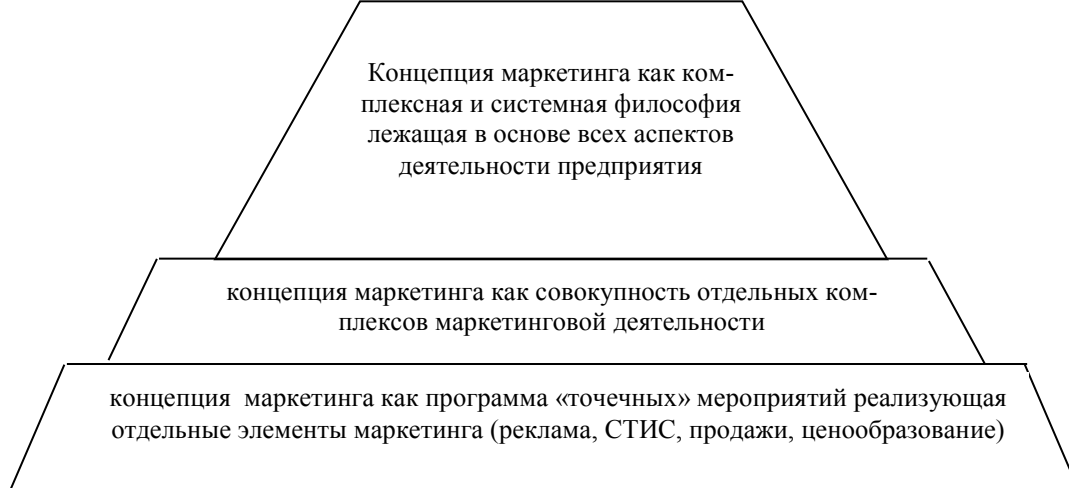
В целом роль СУХПМ как координатора можно представить в виде стратегической программы (рис. 2)

Таким образом, предложенная система УХПМ и стратегическая программа является необходимыми при разработке и внедрении стратегии развития химической отрасли. При этом реализация стратегии обуславливает необходимость осуществления соответствующих преобразований в которых данная система выступает в качестве координатора, способствующего оптимальному распределению ресурсов и повышению эффективности управления химическими предприятиями для достижения целей предприятия, региона, отрасли.

## Литература

1. Закріпити і розвинути позитивні тенденції в економіці та соціальній сфері: Виступ президента України Л.Д. Кучми на ІХ з'їзді Українського союзу промисловців і підприємців 29 березня 2001р.// Урядовий кур'єр.- 2001.-31 березня.- № 58 (1985).
2. Кучма Л.Д. Україна: поступ у 21 століття. Стратегія економічного та соціального розвитку на 2000-2004 р.р.: Послання Президента України до Верховної Ради України 2000 р.// Урядовий кур'єр.-2000.- 23 лютого
3. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: учебник.- М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000.- 640 с.

**Рис. 1.** Уровни использования маркетинга на промышленном предприятии



**Рис. 2.** Стратегическая программа системы управления химической промышленностью на основе маркетинга, ориентированная на развитие предприятия.

